

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan dari beberapa peristiwa yang terjadi dan bersifat kausal. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada fenomena sebab akibat antara variabel independen (yang mempengaruhi) dan variabel dependen (yang dipengaruhi). Dari variabel tersebut selanjutnya dicari seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2018, 13).

#### **3.2. Objek Penelitian**

Objek penelitian adalah satu atribut sifat dari orang, objek atau keinginan yang akan mempunyai variasi tertentu yang akan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian akan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015, 86).

Variabel independen yaitu pengaruh harga, lokasi, variasi produk dan variabel dependen yaitu minat beli ulang produk kopi di bale kopi Gucialit di Kabupaten Lumajang.

#### **3.3. Jenis dan Sumber Data**

##### **3.3.1 Jenis Data**

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa data primer dan data sekunder sebagai berikut:

#### **a. Data primer**

Data primer merupakan suatu data yang dapat diperoleh dengan mengunjungi langsung objek penelitian menggunakan semua metode pengumpulan data asli (Paramita & Rizal, 2018:72). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini merupakan hasil pengisian kuesioner oleh pelanggan pada bale kopi Gucialit Kabupaten Lumajang.

#### **b. Data Sekunder**

Data Sekunder merupakan suatu data yang telah dikumpulkan oleh pengumpul data dan dipublikasikan kepada komunitas masyarakat pengguna data (Paramita & Rizal, 2018:72). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa laporan, dokumen, media internet, literatur buku, dan literatur lainnya yang berhubungan dengan objek penelitian ini.

#### **3.3.2 Sumber Data**

Sumber data adalah tempat asal data. Sumber informasi dalam penelitian ini yaitu data internal. Data internal adalah informasi yang berasal dari dalam suatu organisasi (Paramita & Rizal, 2018:72). Data internal dalam penelitian ini adalah data dari pelanggan yang pernah membeli pada produk bale kopi Gucialit yang tergambar pada hasil kuisisioner.

### **3.4. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling**

#### **3.4.1 Populasi**

Menyatakan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan

oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018, 92).

Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi yang digunakan untuk mendeskripsikan kondisi yang diteliti dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah membeli produk kopi Gucialit pada bulan Januari sampai Maret tahun 2023 menurut CEO pada bale kopi Gucialit Kabupaten Lumajang sejumlah 300 pelanggan. Populasi dalam penelitian ini yaitu pelanggan pada bale kopi Gucialit Kabupaten Lumajang.

#### **3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling**

Sampel merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan dalam peneliti yang dilakukan. Sampel penelitian menyatakan serta menentukan beberapa jauh sampel tersebut dapat bermanfaat dalam membuat kesimpulan penelitian (Sudaryono, 2018:167).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *non probability sampling* dan teknik yang dipilih adalah *sampling insidental*. *Sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel dengan berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, jika orang yang ditemui memenuhi kriteria sebagai sumber data. Teknik yang digunakan dalam menentukan ukuran sampel pada penelitian ini adalah teknik slovin. Siregar (2015) adapun rumus dari teknik slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Sampel

N = Populasi

e = Perkiraan tingkat kesalahan

$$\begin{aligned} n &= \frac{300}{1 + 300 \cdot (0,1)^2} \\ &= \frac{300}{1 + 3} \\ &= \frac{300}{4} \\ &= 75 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka diambil sampel sebanyak 75 responden dari pelanggan bale kopi Gucialit.

### **3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual dan Definisi Operasional**

#### **3.5.1 Variabel Penelitian**

Menyatakan bahwa variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang akan diterapkan oleh para peneliti untuk dipelajari sehingga akan memperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian akan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018, 41). Penelitian ini menggunakan 4 (empat) variabel yaitu 3 (tiga) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen.

Terdapat 2 (dua) variabel dalam penelitian ini, antara lain:

## 1. Variabel Independen

Variabel independen lebih dikenal dengan variabel prediktor atau eksogen atau bebas. Variabel independen merupakan variabel yang dapat mempengaruhi variabel dependen baik secara negatif atau positif, hal ini menjadi penyebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2018, 41) Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah harga ( $X_1$ ) lokasi ( $X_2$ ) variasi produk ( $X_3$ ).

## 2. Variabel Dependen

(Sugiyono, 2018, 41) Menyatakan bahwa variabel dependen sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuen. Variabel dependen adalah merupakan variabel yang akan dipengaruhi dan menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah minat beli ulang ( $Y$ ) sedangkan variabel independen dalam penelitian ini adalah harga ( $X_1$ ) lokasi ( $X_2$ ) variasi produk ( $X_3$ ) terhadap variabel dependen ( $Y$ ) yaitu minat beli ulang.

### 3.5.2 Definisi Konseptual

#### a. Harga

(Malau, 2017, 126) Harga merupakan ukuran dasar dari sistem ekonomi, karena harga dapat mempengaruhi distribusi faktor produksi. Menentukan distribusi harga juga menentukan apa yang harus diproduksi untuk ditawarkan dan siapa yang menerimanya, dan berapa banyak produk atau jasa yang diminta. (Setiyaningrum,

2015, 128) Menyatakan bahwa harga adalah jumlah dari semua nilai konsumen tempatkan pada suatu produk atau jasa untuk memperoleh keuntungan atau kepuasan.

#### **b. Lokasi**

Tjiptono (2015:245) dalam (Robby Fauji & Syifa Pramudita Faddila, 2020) lokasi merupakan berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Lupiyoadi dan Hamdani (2009:92) dalam (Fahmi, 2021) lokasi merupakan hubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya.

#### **c. Variasi Produk**

Menurut Philip Kotler (2009:72) dalam (Faradisa *et al.*, 2016), variasi produk merupakan sebagai ahli tersendiri dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan atau ciri-ciri. Menurut Spark dan Legault, 2005:18) dalam (Faradisa *et al.*, 2016) variasi produk merupakan jenis atau macam produk yang tersedia. Menurut Tjiptono (2008:97) dalam (Faradisa *et al.*, 2016) variasi produk merupakan suatu unit khusus dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan atau atribut lainnya.

#### **d. Minat Beli Ulang**

Menurut (Maria M Minarsih, 2016) Minat beli ulang merupakan pembelian berdasarkan pengalaman pembelian sebelumnya. Dalam hal ini, dapat dikatakan bahwa hasil pengalaman berbelanja sebelumnya berdampak besar pada pembelian

selanjutnya. Tingkat minat beli yang tinggi kembali mencerminkan tingginya tingkat kepuasan seorang konsumen pada saat pengambilan keputusan pembelian.

Menurut (Priansa, 2017, 169) Ketika seseorang menerima tanggapan positif atas tindakan masa lalunya, ada respon dan tanggapan positif yang mereka terima mendorong orang tersebut untuk melakukan pembelian berulang. Berdasarkan teori di atas dapat disimpulkan bahwa minat beli ulang adalah sesuatu yang dilakukan konsumen ketika sebelumnya telah membeli dari suatu perusahaan dengan alasan lain untuk memenuhi keinginan konsumen.

### **3.5.3 Definisi Operasional Variabel**

#### **a. Harga**

Harga merupakan ukuran dasar dari sistem ekonomi, karena harga dapat mempengaruhi distribusi faktor produksi. Menentukan distribusi harga juga menentukan apa yang harus diproduksi untuk ditawarkan dan siapa yang menerimanya, dan berapa banyak produk atau jasa yang diminta Menurut (Malau, 2017:126).

##### **1. Keterjangkauan harga.**

Penjual biasanya melakukan penetapan harga yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen. Produk biasanya ada beberapa jenis harganya juga berbeda-beda dari yang termurah dan yang termahal.

##### **2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.**

Konsumen akan sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang dengan melihat adanya perbedaan kualitas.

3. Kesesuaian harga dengan manfaat produk.

Konsumen akan memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang dikeluarkan dalam mendapatkannya.

4. Daya saing harga

Penawaran harga yang diberikan oleh penjual berbeda dengan yang diberikan penjual lain pada satu jenis produk yang sama.

Berdasarkan indikator tentang harga diatas maka disusun pernyataan yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut:

1. Harga produk kopi di bale kopi Gucialit sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen.
2. Produk kopi di bale kopi Gucialit harga sesuai dengan kualitas yang diterima oleh konsumen.
3. Konsumen menerima manfaat sesuai dengan harga produk kopi di bale kopi Gucialit.
4. Harga produk kopi di bale kopi Gucialit mampu bersaing dengan toko yang lain.

**c. Lokasi**

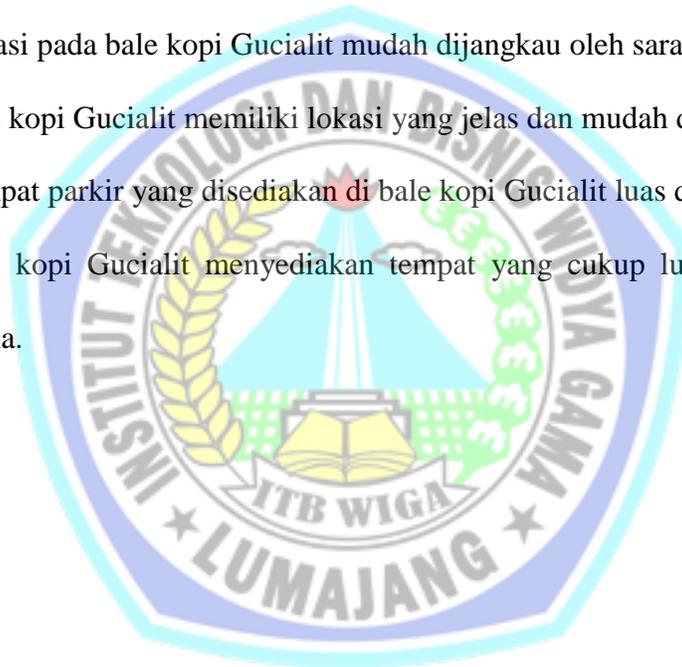
Lupiyoadi dan Hamdani (2009:92) dalam (Fahmi, 2021) lokasi merupakan hubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya.

1. Akses, yaitu lokasi yang dilalui mudah dijangkau sarana transportasi.

2. Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
3. Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman.
4. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha.

Berdasarkan indikator tentang lokasi diatas maka disusun pernyataan yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut:

1. Lokasi pada bale kopi Gucialit mudah dijangkau oleh sarana transportasi.
2. Bale kopi Gucialit memiliki lokasi yang jelas dan mudah ditemukan.
3. Tempat parkir yang disediakan di bale kopi Gucialit luas dan aman.
4. Bale kopi Gucialit menyediakan tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha.



#### d. Variasi Produk

Menurut Spark dan Legault, 2005:18) dalam (Faradisa *et al.*, 2016) variasi produk merupakan jenis atau macam produk yang tersedia.

1. Ukuran, didefinisikan sebagai bentuk, model dan struktur fisik dari suatu produk yang dilihat dengan nyata dan dapat diukur.
2. Harga, adalah sejumlah uang yang mempunyai nilai tukar untuk memperoleh keuntungan dari memiliki atau menggunakan sebuah produk atau jasa.
3. Tampilan, adalah segala sesuatu yang ditampilkan oleh produk tersebut, tampilan merupakan daya tarik produk yang dilihat secara langsung oleh konsumen.
4. Ketersediaan produk, yaitu banyaknya macam barang yang tersedia didalam toko membuat para konsumen semakin tertarik untuk melakukan keputusan pembelian dalam toko tersebut telah habis dirak maka dapat diisi lagi.

Berdasarkan indikator tentang variasi produk diatas maka disusun pernyataan yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain:

1. Produk kopi di bale kopi Gucialit memiliki ukuran dengan kemasan 200g.
2. Harga produk kopi di bale kopi Gucialit dimulai dari Rp30.000/pcs.
3. Tampilan pada produk kopi di bale kopi Gucialit membuat konsumen tertarik.
4. Bale kopi Gucialit menjual produk kopi dengan berbagai macam varian.

#### e. Minat Beli Ulang

Menurut (Maria M Minarsih, 2016) Minat beli ulang merupakan pembelian berdasarkan pengalaman pembelian sebelumnya. Dalam hal ini, dapat dikatakan bahwa hasil pengalaman berbelanja sebelumnya berdampak besar pada pembelian selanjutnya. Tingkat minat beli yang tinggi kembali mencerminkan tingginya tingkat kepuasan seorang konsumen pada saat pengambilan keputusan pembelian.

1. Minat transaksional merupakan minat seseorang atau konsumen yang secara umum tertarik untuk membeli suatu produk.
2. Minat referensi Merupakan kepentingan individu atau konsumen untuk berbagi informasi tentang produk yang telah mereka beli dengan orang lain.
3. Minat preferensial merupakan minat yang mempengaruhi selera pertama konsumen, rasa itu dapat tergantikan jika muncul pada produk yang diminatinya.
4. Minat eksplorasi mengacu pada kecenderungan konsumen untuk selalu mencari informasi tentang produk yang diinginkannya.

Berdasarkan indikator tentang minat beli ulang di atas, maka dapat disusun kuesioner yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut:

1. Konsumen yang membeli produk kopi di bale kopi Gucialit.
2. Konsumen produk kopi merekomendasikan produk kopi kepada pihak lain.
3. Kopi di bale kopi Gucialit menyesuaikan selera konsumen.

4. Konsumen mencari informasi terlebih dahulu ketika akan membeli produk kopi di bale kopi Gucialit.

### 3.6 Instrumen Penelitian

Sugiyono (2014:102) menyatakan bahwa instrumen penelitian adalah salah satu alat yang digunakan dan mengukur fenomena alam maupun sosial yang akan diamati.

Penelitian ini menggunakan instrumen yang disusun berdasarkan indikator-indikator variabel dan berikut instrumen dan skala pengukuran dalam penelitian ini dalam tabel 3.1.

- a. Instrumen untuk mengukur harga.
- b. Instrumen untuk mengukur lokasi.
- c. Instrumen untuk mengukur variasi produk.
- d. Instrumen untuk mengukur minat beli ulang.

**Tabel 3.1 Instrumen Penelitian**

| No | Variabel | Indikator                               | Instrumen   | Skala   | Sumber                  |
|----|----------|---|---|---------|-------------------------|
| 1. | Harga    | Keterjangkauan harga                    | Harga produk kopi di bale kopi Gucialit sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen.         | Ordinal | (Indarsih et al., 2019) |
|    |          | Kesesuaian harga dengan kualitas produk | Produk kopi di bale kopi Gucialit harga sesuai dengan kualitas yang diterima oleh konsumen. |         |                         |
|    |          | Kesesuaian harga dengan manfaat produk. | Konsumen menerima manfaat sesuai dengan harga produk kopi di bale kopi Gucialit.            |         |                         |

|    |                  |   |  |         |                            |
|----|------------------|---|--|---------|----------------------------|
|    |                  | Daya saing harga.                               | <u>Harga produk kopi di bale kopi Gucialit mampu bersaing dengan took yang lain.</u> |         |                            |
| 2. | Lokasi           | Akses   | <u>Lokasi pada bale kopi Gucialit mudah dijangkau oleh sarana transportasi.</u>      | Ordinal | (Kuswatiningsih, 2016:15)  |
|    |                  | Visibilitas                                     | <u>Bale kopi Gucialit memiliki lokasi yang jelas dan mudah ditemukan.</u>            |         |                            |
|    |                  | Tempat Parkir                                   | <u>Tempat parkir yang disediakan di bale kopi Gucialit luas dan aman.</u>            |         |                            |
|    |                  | Ekspansi  | <u>Bale kopi Gucialit menyediakan tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha.</u>  |         |                            |
|    |                  | Lingkungan                                      | <u>Lingkungan sekitar mendukung adanya usaha bale kopi Gucialit.</u>                 |         |                            |
| 3. | Variasi Produk   | Ukuran  | <u>Produk kopi di bale kopi Gucialit memiliki ukuran dengan kemasan 200g.</u>        | Ordinal | (Kojongian et al., 2022)   |
|    |                  | Harga   | <u>Harga produk kopi di bale kopi Gucialit dimulai dari Rp30.000/pcs.</u>            |         |                            |
|    |                  | Tampilan  | <u>Tampilan pada produk kopi di bale kopi Gucialit membuat konsumen tertarik.</u>    |         |                            |
|    |                  | Ketersediaan produk.                            | <u>Bale kopi Gucialit menjual produk kopi dengan berbagai macam varian.</u>          |         |                            |
| 4. | Minat Beli Ulang | Minat beli transaksional (suku bunga pembelian) | <u>Konsumen yang membeli produk kopi di bale kopi Gucialit.</u>                      | Ordinal | Ferdiana dalam Dewi (2021) |
|    |                  | Minat beli referensial                          | <u>Konsumen produk</u>   |         |                            |

|                              |              |   |
|------------------------------|--------------|---|
| (tingkat referensi)          | pembelian    | kopi merekomendasikan produk kopi kepada pihak lain.  |
| Minat beli (harga pembelian) | preferensial | Kopi di bale kopi Gucialit menyesuaikan selera konsumen.  |
| Minat eksplorasi             |              | Konsumen mencari informasi terlebih dahulu ketika akan membeli produk kopi di bale kopi Gucialit. |

### 3.7 Metode Pengumpulan Data

#### 3.7.1 Kuesioner

Kuesioner adalah suatu teknik dalam pengumpulan data yang dapat dilakukan dengan cara membersihkan suatu pertanyaan secara tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab oleh pihak konsumen Sugiyono (2014:142).

Untuk penyebaran kuesioner sebagai bahan penelitian akan diberikan kepada pelanggan bale kopi Gucialit Kabupaten Lumajang. Pada penelitian ini, kuesioner yang digunakan skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, argument atau persepsi seseorang atau organisasi mengenai suatu objek.

Adapun bentuk skala *likert* menurut Sugiyono (2014:94) antara lain:

- |                                     |   |
|-------------------------------------|---|
| a. Setuju/selalu/sangat             | 5 |
| b. Setuju/sering                    | 4 |
| c. Ragu-ragu/netral                 | 3 |
| d. Tidak setuju/hampir tidak pernah | 2 |

e. Sangat tidak setuju/sangat tidak pernah 1

Penyebaran kuesioner kepada pelanggan bale kopi Gucialit Kabupaten Lumajang menggunakan skala *likert* yang dapat dibuat dalam bentuk *checklist* ataupun pilihan ganda. Peneliti berharap mendapatkan data yang akurat dari responden melalui kuesioner yang dilakukan untuk meneliti minat beli ulang melalui harga, lokasi dan variasi produk pada bale kopi Gucialit Kabupaten Lumajang.

### **3.8 Teknik Analisis Data**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis linier berganda. Dalam penelitian kuantitatif teknik analisis data yang digunakan sudah jelas yakni responden diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal (Sugiyono, 2015).

Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuisioner perlu dilakukan uji validasi dan realibilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda karena data harus berdistribusi normal terbebas dari multikolieritas (*multicolonearity*) dan heterokedastisitas (*heterokedasicity*).

#### **3.8.1 Pengujian Instrumen**

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas, dan reabilitas terhadap kuesioner yang digunakan untuk menjaring data responden, dimana asumsi dasar harus dipenuhi oleh kuesioner adalah data yang harus valid dan *reliable* untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis tahapan berikutnya.

### a. Uji Validitas

Uji validitas adalah ketelitian atau ketepatan suatu alat yang digunakan untuk mengatur kesesuaian objek dari apa yang sedang diukur Sugiyono (2014:126). Analisis faktor dilakukan dengan cara mengkorelasikan jumlah skor faktor dengan skor total. Bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat. Jika dalam penelitian ini korelasi antara skor butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir-butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui kehandalan suatu item pertanyaan dalam mengukur variabel. Reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran) Kurniawan (2014:102).

(Diah, B., & Agustinus, 2018:211) uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Cronbach Alpha*. Indeks kriteria reliabilitas dibedakan dalam tabel berikut:

**Tabel 3.2 Indeks Kriteria Reliabilitas**

| No | Nilai Alpha Cronbach | Keterangan          |
|----|----------------------|---------------------|
| 1. | 0,00-0,20            | Kurang Reliabilitas |
| 2. | 0,20-0,40            | Agak Reliabilitas   |
| 3. | 0,40-0,60            | Cukup Reliabilitas  |
| 4. | 0,60-0,80            | Reliabilitas        |
| 5. | 0,80-1,00            | Sangat Reliabilitas |

Sumber: (Kurniawan, 2014).

### 3.8.2 Pengujian Asumsi Klasik

#### a. Pengujian Normalitas

Kurniawan (2014:156) menyatakan uji normalitas regresi digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual yang diperoleh dari regresi berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model dengan residual yang berdistribusi normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji histogram, uji normalitas P-plot, uji skewness dan kurtosis, atau uji Kolmogrov Uji normalitas penelitian ini menggunakan metode normal P-P *Plot Of Regression Standardized Residual Plotting*.

#### b. Pengujian Multikolonieritas

Uji multikolonieritas dilakukan untuk memastikan apakah didalam sebuah model regresi ada interkorelasi atau kolinearitas antar variabel bebas. Uji multikolonieritas dapat dilakukan dengan mengacu pada *Variance Inflation Factor* (VIF) dimana jika nilai  $<10$  dan nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,1 (Kurniawan, 2014, 157).

Uji multikolonieritas dilakukan untuk memastikan apakah didalam sebuah model regresi ada interkorelasi atau kolinearitas antar variabel bebas.

Beberapa kriteria mendeteksi multikolonieritas pada suatu model menurut (Kurniawan, 2014, 157) adalah sebagai berikut:

- a. Apabila nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai toleran lebih dari dari 0,1, maka model bisa dinyatakan bebas dari multikolonieritas.
- b. Apabila nilai koefisien kolerasi anatar masing-masing variabel independen kurang dari 0,70, maka model dapat dinyatakan terbebas dari multikolonieritas.

Jika lebih dari 0,70, maka diasumsikan terjadi kolerasi (interaksi hubungan) yang sangat kuat antar variabel independen sehingga terjadi multikolonieritas.

- c. Apabila nilai koefisien determinasi, baik ni  $R^2$  maupun *Adjusted*  $R^2$  diatas 0,60, namun tidak ada varibel independen, maka diasumsikan model terkena multikolonieritas.

### c. Pengujian Heteroskedastisitas

(Kurniawan, 2014a, 158) Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mencari tahu apakah terjadi ketidaksamaan variasi residual suatu pengamatan ke pengamatan lain dalam sebuah model regresi. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara *scatterplot* dengan menggunakan nilai *ZPERED* (nilai prediksi) dengan *SRESID* (nilai residual). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu antara grafik, seperti menggumpul di tengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar atau menyempit.

### 3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda ialah pengembangan dari regresi linier sederhana dimana terdapat persamaan menggunakan alat untuk memprediksi permintaan dimasa yang akan datang berdasarkan pada masa lalu untuk dapat mengetahui pengaruh pada suatu atau lebih variabel bebas (independen) terhadap suatu variabel terikat (dependen) berikut:

### Rumus Regresi Linier Berganda

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (minat beli ulang)

$\beta_0$  = Konstanta

$\beta_1, \beta_2$  &  $\beta_3$  = Koefesien regresi variabel independen

$X_1$  = Variabel independen 1 (harga)

$X_2$  = Variabel independen 2 (lokasi)

$X_3$  = Variabel independen 3 (variasi produk)

e = Error

Dengan analisis regresi linier berganda ini juga dapat diketahui variabel mana diantara variabel independen yaitu harga, lokasi dan variasi produk yang berpengaruh dominan terhadap variabel dependen yaitu minat beli ulang.

#### 3.8.4 Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan analisis regresi linier berganda langkah selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antar variabel independen (harga, lokasi dan variasi produk) terhadap variabel dependen (minat beli ulang).

##### a. Uji Parsial

Uji parsial merupakan untuk mengetahui apakah pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen apakah bermakna atau tidak. Pengujian ini membandingkan antara nilai thitung masing-masing variabel bebas

dengan nilai tabel dengan tingkat kesalahan 5% dalam artian ( $\alpha=0,05$ ). Dikatakan variabel independennya memberikan pengaruh bermakna terhadap variabel dependen, dengan perumusan hipotesis sebagai berikut:

1. Merumuskan Hipotesis

H<sub>1</sub>: Terdapat pengaruh harga terhadap minat beli ulang pada bale kopi Gucialit Kabupaten Lumajang

H<sub>2</sub>: Terdapat pengaruh lokasi terhadap minat beli ulang pada bale kopi Gucialit Kabupaten Lumajang

H<sub>3</sub>: Terdapat pengaruh variasi produk terhadap minat beli ulang pada bale kopi Gucialit Kabupaten Lumajang

2. Menentukan level of signifikan dengan  $\alpha = 5\%$

3. Menentukan kriteria pengujian:

Jika  $t_{hitung} \leq -t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , maka hipotesis diterima;

Jika  $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka hipotesis ditolak.

4. Menentukan nilai  $t_{hitung}$  dengan rumus:

$$t_{hitung} = \frac{\text{koefisien } \beta}{\text{standar error}}$$

5. Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$

**b. Koefisien Determinasi**

Listyawati (2017) menyatakan bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien Determinasi ( $R_2$ ) biasanya dinyatakan dalam bentuk presentase (%).

Koefisien Determinasi ( $R_2$ ) yang digunakan adalah *R Square*. Nilai koefisien determinasi ( $R_2$ ) adalah antara 0 dan 1. Model yang baik menghasilkan nilai  $R_2$  yang tinggi diatas 80%. Model *R Square* pada penelitian ini digunakan untuk mencari seberapa besar pengaruh variabel independen, yaitu harga, lokasi dan variasi produk terhadap variabel dependen, yaitu minat beli ulang pada bale kopi Gucialit Kabupaten Lumajang.

